

PELUANG DAN TANTANGAN UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19

**Fitriyah Nurhidayah, Putri Mutira, Yanti, Ratih Purnamasari, Meutia,
Lia Uzliawati, Tubagus Ismail, Dadan Ramdhani, Imam Abu Hanifah,
Elvin Bastian, Helmi Yazid, Agus Sholikhan**

Program Doktor Ilmu Akuntansi/ Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
yanti@ubpkarawang.ac.id

Abstract

The Covid-19 pandemic has lasted more than a year and still shows no signs of ending soon. The impact is very broad and affects various sectors, including SMEs. These business actors directly experienced a reduction in turnover and even closed their businesses. As an effort to reduce or overcome the impact of the pandemic in the SME sector, the campus can be a driving force. Sultan Ageng Tirtayasa University through Community Service activities does not miss also contributing, but taking into account the pandemic situation and the restrictions on direct community activities with a wide reach and to break the spread of Covid-19, an online webinar strategy is used, the opportunities and challenges faced by SMEs in Indonesia. during a pandemic that provides the best solution.

Keywords: SMEs, covid-19, strategies, opportunities, challenges.

Abstrak

Pandemi Covid-19 telah berlangsung lebih dari setahun dan masih belum menunjukkan tanda-tanda akan segera berakhir. Dampaknya sangat luas dan mempengaruhi berbagai sektor, termasuk UKM. Para pelaku usaha tersebut secara langsung mengalami penurunan omzet bahkan menutup usahanya. Sebagai upaya untuk mengurangi atau mengatasi dampak pandemi di sektor UKM, kampus bisa menjadi motor penggerak. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat tidak ketinggalan juga berkontribusi, namun dengan mempertimbangkan situasi pandemi dan pembatasan kegiatan masyarakat secara langsung dengan jangkauan yang luas dan untuk memutus penyebaran Covid-19 maka digunakan strategi webinar online, yaitu peluang dan tantangan yang dihadapi oleh UKM di Indonesia. di tengah pandemi yang memberikan solusi terbaik.

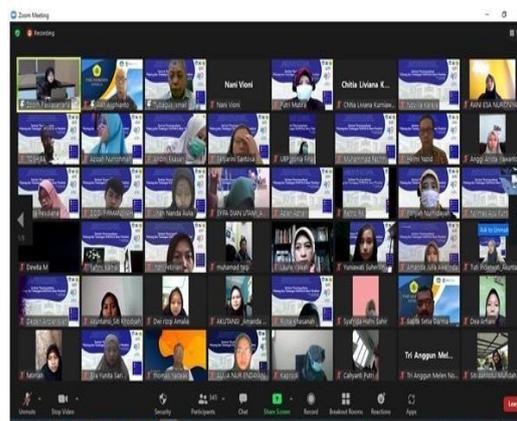
Kata kunci: UKM, covid-19, strategi, peluang, tantangan

PENDAHULUAN

Pandemi Covid 19 di akhir tahun 2019 menjadi masalah dunia termasuk Indonesia. Adanya Covid19 ini banyak orang takut keluar rumah, khawatir dengan masalah keuangan, pertemuan antar orang menjadi terbatas, banyak karyawan dirumahkan (PHK), perubahan kebiasaan, resiko yang diakibatkan oleh covid, pola kerja WFH, perubahan pola konsumsi masyarakat, makhluk sosial menjadi makhluk individual, offline menjadi online. Pandemi Covid-19 berdampak pada perubahan tatanan kehidupan sosial serta menurunnya kinerja ekonomi bagi sebagian besar negara di dunia termasuk Indonesia. Perekonomian Indonesia juga mengalami dampak signifikan. Berbagai usaa mikro, kecil dan menengah (UMKM) merasakan kemacetan bisnis.

Dampak pandemi covid-19 ini bagi dunia wirausaha adalah pasar sepi, distribusi produk terhambat, omzet turun drastis, modal terganggu, kredit macet, bahan baku terbatas, perubahan permintaan dari konsumen, pemasaran terbatas dan daya beli menurun.

Hal ini yang menjadi permasalahan bagi pelaku usaha yaitu apakah menutup usaha, mengurangi produksi dan karyawan, bertahan agar usaha bisa tetap jalan dan karyawan bisa tetap bekerja, diversifikasi produk untuk bisa bertahan, mengganti usaha, memilih menutup usaha, kemudian bekerja di tempat lain atau merenovasi tempat usaha sambil menunggu pandemi yang belum tahu sampai kapan berakhir.



Gambar 1. Webinar Online untuk UMKM

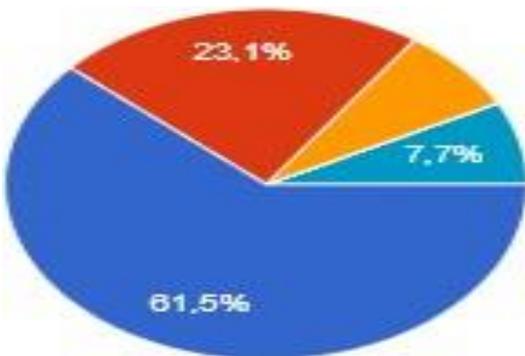
METODE

Untuk mengatasi kondisi dan permasalahan yang dihadapi UMKM, dosen dan mahasiswa program doktor ilmu akuntansi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa merasa terpanggil dan ingin berkontribusi menyelesaikan permasalahan tersebut melalui kegiatan pengabdian masyarakat menyelenggarakan webinar kepada pelaku usaha, baik UMKM maupun masyarakat umum dan juga kepada kaum milenial sebagai pendorong dan motivasi menghadapi masa-masa sulit. Kegiatan webinar ini disampaikan oleh narasumber dari akademisi, pegiat dan pemerhati UMKM serta pelaku UMKM. Kegiatan diikuti cukup antusias dengan jumlah peserta sekitar 400 peserta. Kegiatan webinar online ini terlihat pada gambar 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

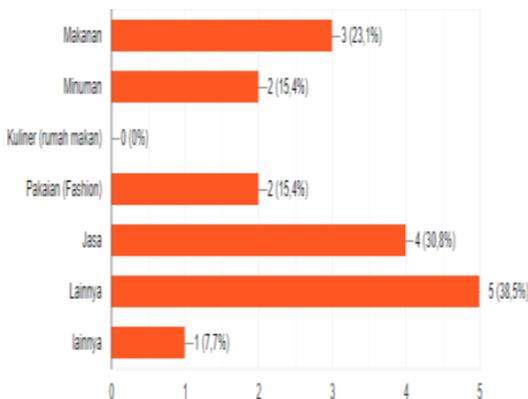
Peserta kegiatan webinar ini terdiri dari berbagai karakteristik, hal ini terlihat usia sebanyak 30,8% adalah usia muda yaitu 17 – 25 tahun, 15,4% usia 26 – 40 tahun, 31,8% usia 41 – 50 tahun dan 22% usia diatas 50 tahun. Karakteristik lain dari peserta webinar ini adalah lamanya menjalankan usaha. Hal ini terlihat pada grafik 1. Sebanyak 61,5%

lamanya menjalankan usaha 0 - 2 tahun, 23,1% lamanya menjalankan usaha 3 – 5 tahun, 7,7% laman ya menjalankan usaha 6 – 8 tahun dan 7,7 % lamanya menjalankan usaha lebih dari 15 tahun. Hal ini mencerminkan bahwa berwirausaha tetap menjadi hal yang menarik karena bisa bertahan sampai 15 tahun juga. Hal ini terlihat pada gambar 2.



Gambar 2. Lamanya usaha

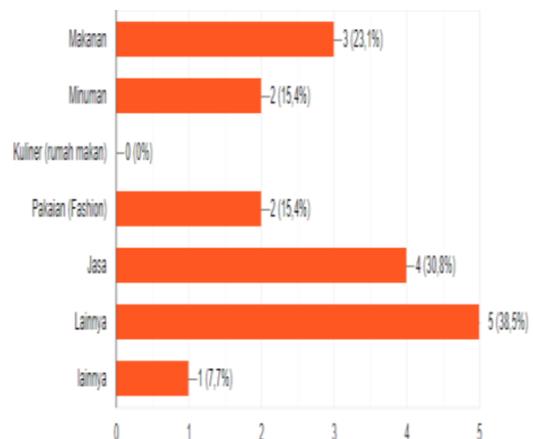
Bidang usaha yang dijalankan pelaku usaha bervariasi. Pada gambar 3 terlihat jenis usaha yang dijalankan para pelaku usaha yaitu makanan sebanyak 23,1%, minuman 15,4%, fashion 15,4%, jasa 30,8% dan lainnya 15,3%. Dari penjelasan diketahui bahwa usaha lainnya adalah penjualan kuota internet, token listrik, dan warung.



Gambar 3. Bidang usaha Dalam memberikan solusi

Bagi permasalahan UMKM, tim pengabdian memberikan beberapa solusi dari permasalahan tersebut adalah : membangun kekuatan tim, bangun tim yang solid dan beradaptasi secepat mungkin dengan kebiasaan baru, buat strategi dengan tim untuk menghindari resiko, ciptakan kebersamaan dan kepercayaan, kerjakan semua secara efisien, menentukan peran masing masing seefisien mungkin, kurangi pengeluaran yang tidak perlu dan tidak memberikan nilai tambah dan hati hati dengan ekspansi.

Selain itu, ada faktor yang dapat membantu usaha para pelaku UMKM. Ternyata dari para pelaku usaha menyatakan bahwa pemasaran yang menjadi faktor yang dapat membantu usaha yaitu sebesar, selanjutnya teknologi dan modal usaha dan terakhir adalah masalah kualitas sumber daya manusia. Hal ini terlihat pada gambar 4.



Gambar 4. Faktor yang dapat membantu usaha

Strategi pemasaran baru juga dapat diciptakan dengan menjaga hubungan dengan konsumen. memanfaatkan seluruh sumber daya, termasuk komunitas, pastikan bisnis Anda bisa dilihat melalui online (media sosial dan lainnya) atau di toko online, gofood, gomart, dan lain- lain, sesering mungkin menawarkan produk-produk

yang dibutuhkan dengan harga terjangkau, diversifikasi produk sesuai dengan keadaan pandemic dan tetap kreatif untuk mencari peluang baru.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian diatas bahwa peluang dan tantangan bagi pelaku UMKM menjadi momentum untuk bersinergis saling bantu membantu serta bahu membahu. Beberapa strategi yang baik dapat diambil seperti jangan hanya berjualan, tunjukkan dukungan terhadap keadaan sekarang. Misalnya tiap belanja bonus masker atau hand sanitizer atau edukasi ringan untuk pelanggan jadi jangan hanya fokus pada keuntungan saja. Adaptasi dengan kondisi yang baru, solutif dan masif sehingga UMKM dapat bertahan di masa-masa pandemi ini hingga berakhir nanti.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih kepada para pelaku usaha yang telah berkenan hadir dalam kegiatan webinar ini sehingga tim pengabdian mendapat banyak masukan yang akan menambah pemahaman akan kondisi UMKM selama masa pandemic sehingga dapat memberikan kontribusi lebih bagi UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, krcil dan Menengah
- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 147–153.
- Anugrah, R. J. (2020). Efektifitas Penerapan Strategi Online Marketing Oleh UMKM Dalam

Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Corona Viruses Disease 2019 (Covid-19). *Jurnal MANOVA*, 2(2), 55–65.

Ekarina,2020, “Pandemi ubah Perilaku belanja: Non-pangan E-Commerce naik, Mal anjlok “, Available at: <https://katadata.co.id/ekarina/berita/5f7efbf709045/pandemi-ubah-perilaku-belanja-non-pangan-e-commerce-naik-mal-anjlok>.